ANALISIS HUKUM ISLAM DAN PERATURAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN NOMOR 2 TAHUN 2020 TERHADAP JUAL BELI PARFUM VICTORIA'S SECRET DENGAN SISTEM *SHARE IN BOTTLE* DI TOKO *ONLINE* @OBLISS.ID

SKRIPSI

Oleh

Nisrina Imtiyaz

NIM. C92217158

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Syari'ah Dan Hukum

Jurusan Hukum Perdata Islam

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Surabaya

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Nisrina Imtiyaz
NIM	:	C9227158
Fakultas/Jurusan/Prodi	:	Syariah dan Hukum/Hukum Perdata Islam/Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:	Analisis Hukum Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap Jual Beli Parfum Victoria's Secret dengan Sistem *Share in Bottle* di Toko *Online* @Obliss.id

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 25 Januari 2021

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL 3F4B5AHF860610927 6000

Nisrina Imtiyaz

NIM. C92217158

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Nisrina Imtiyaz NIM. C92217158 berjudul "Analisis Hukum Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap Jual Beli Parfum Victoria's Secret dengan Sistem *Share In Bottle* di Toko *Online* @Obliss.id" ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 18 Februari 2021

Pembimbing,

Muh. Sholihuddin, MHI
NIP.197707252008011009

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Nisrina Imtiyaz NIM. C92217158 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel pada hari Senin, 1 Maret 2021, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi:

Penguji I	Penguji II
Muh. Sholihuddin, MHI.	Dr. Hj. Suqiyah Musyafaah, M.Ag.
NIP. 197707252008011009	NIP. 196303271999032001

Penguji III	Penguji IV
Dr. Sri Wigati, M.EI.	Marli Candra, LLB (Hons), MCL.
NIP. 197302212009122001	NIP. 198506242019031005

Surabaya, 1 Maret 2021

Mengesahkan,

Fakultas Syari'ah dan Hukum

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,

Prof. Dr. H. Masruhan, M.Ag.

NIP. 196803091996031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nisrina Imtiyaz
NIM : C92217158
Fakultas/Jurusan : Syariah dan Hukum/ Hukum Perdata Islam
E-mail address : Nisrinatiyaz@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☐ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)
yang berjudul :

ANALISIS HUKUM ISLAM DAN PERATURAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN NOMOR 2 TAHUN 2020 TERHADAP JUAL BELI PARFUM VICTORIA'S SECRET DENGAN SISTEM *SHARE IN BOTTLE* DI TOKO *ONLINE* OBLISS.ID

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,21 Juli 2021

Penulis

(Nisrina Imtiyaz)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "Analisis Hukum Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat nomor 2 tahun 2020 terhadap Jual Beli Parfum *Share in Bottle* di Toko *Online* @Obliss.id" menjawab beberapa pertanyaan tentang: 1) Bagaimana praktik jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id? 2) Bagaimana analisis hukum Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id?

Penelitian ini berjenis *field research* dengan data yang didapat dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Serta menggunakan metode analisis deskriptif untuk mengetahui fakta praktik jual beli parfum Victoria's Secret dengan cara *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id. Untuk mendapatkan kesimpulan, digunakan pola pikir deduktif dengan cara memaparkan teori mengenai jual beli dalam Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) tahun 2 tahun 2020 tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika yang kemudian dianalisa dengan fakta yang terjadi di lapangan tentang praktik jual beli parfum Victoria Secret's dengan cara *share in bottle* pada toko *online* @Obliss.id.

Hasil dari penelitian ini telah mendapatkan kesimpulan 1) Praktik jual beli parfum Victoria Secret's dengan cara *share in bottle* pada toko *online* @Obliss.id, yakni membagi dan memindahkan isi parfum Victoria's Secret ke kemasan botol yang lebih kecil dan diberi label. Dalam praktiknya toko *online* tersebut tidak memiliki sertifikat Cara Pembuatan Kosmetik yang Benar (CPKB) dari BPOM. 2) Hasil analisis hukum Islam terhadap jual beli parfum Victoria's Secret di toko *online* @Obliss.id, berkaitan dengan *al-muta'a>qidain*, belum sesuai dengan rukun dan syarat jual beli karena adanya ketidak cakapan penjual dalam mengolah parfum Victoria's Secret dengan cara *share in bottle*. Terkait dengan *ma'qu>d 'alayh* juga belum sesuai dengan syarat dan rukun jual beli, karena pada kemasan yang dijual terdapat informasi yang tidak lengkap dan hal tersebut juga mengandung unsur *gharar* yang berkaitan dengan objek akad jual beli. Hasil analisis menggunakan Peraturan BPOM nomor 2 tahun 2020 belum memenuhi syarat pada pasal 1 (2) dan juga tidak sesuai dengan pasal 14 Peraturan BPOM nomor 2 tahun 2020. Berdasarkan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), apabila melanggar pasal 8 maka akan dikenai sanksi yang tertera pada pasal 62 UUPK.

Dari kesimpulan di atas, peneliti memberi saran, bahwa penjual sebaiknya mengikuti peraturan yang berlaku dengan mendaftarkan izin edar agar memiliki sarana dan fasilitas yang sesuai dengan CPKB pada pihak BPOM, agar mutu dan manfaat produk tetap terjaga. Kepada pembeli agar lebih berhati-hati dalam memilih produk kosmetika, dan disarankan untuk menggunakan produk yang sudah terdaftar pada BPOM. Kepada pemerintah agar melakukan sosialisasi kepada pelaku usaha di bidang kosmetika.

Kata Kunci: Jual Beli, *Share in Bottle*, Hukum Islam, Peraturan BPOM

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR TRANSLITERASI xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 7

C. Rumusan Masalah 8

D. Tujuan Penulisan 8

E. Kegunaan Penelitian 9

F. Kajian Pustaka 9

G. Definisi Operasional 11

H. Metode Penelitian 12

I. Sistematika Pembahasan 17

BAB II KONSEP JUAL BELI DALAM ISLAM DAN PERATURAN BPOM NOMOR 2 TAHUN 2020 TENTANG PENGAWASAN PRODUKSI DAN PEREDARAN KOSMETIKA

A. Jual Beli dalam Islam 19

1. Definisi Jual Beli 19

2. Dasar Hukum Jual Beli 21

3. Sifat Jual Beli 23

4. Rukun dan Syarat Jual Beli 24

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Bentuk Jual Beli 27
6. Jual Beli yang Dilarang..... 28
7. Jual Beli *Gharar* 34
B. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika 41

BAB III PRAKTIK JUAL BELI TIKET PARFUM VICTORIA'S SECRET SECARA *SHARE IN BOTTLE*

A. Gambaran Toko *Online* @Obliss.id 48
B. Produk yang Dijual Toko *Online* @Obliss.id dengan Sistem *Share in Bottle* 52
C. Sistem Jual Beli Parfum *Share in Bottle* di Toko *Online* @Obliss.id 53

BAB IV ANALISIS HUKUM ISLAM DAN PERATURAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN NOMOR 2 TAHUN 2020 TERHADAP JUAL BELI PARFUM VICTORIA'S SECRET DENGAN SISTEM *SHARE IN BOTTLE* DI TOKO *ONLINE* @OBLISS.ID

A. Analisis Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap Praktik Jual Beli Parfum Victoria's Secret dengan Sistem *Share in Bottle* di Toko *Online* @Obliss.id 59
B. Analisis Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli Tiket Parfum Victoria's Secret dengan Sistem *Share in Bottle* di Toko *Online* @Obliss.id..... 62

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 66
B. Saran 67

DAFTAR PUSTAKA 68

BIODATA PENULIS 71

LAMPIRAN 72

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1.1 Infografis Perkara Tindak Pidana Obat
dan Makanan Tahun 2019 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Allah SWT menginginkan manusia untuk berhajat kepada lainnya, agar saling tolong-menolong, tukar-mmenukar terhadap keperluan dalam segala kepentingan pemenuhan hidup masing-masing, seperti dengan jual beli, sewa menyewa, bercocok tanam demi kemaslahatan diri sendiri maupun orang lain. Dengan demikian, masyarakat akan hidup teratur, subur, dan memiliki hubungan persaudaraan yang teguh antar sesama.[1] Islam telah mensyariatkan dalam memperoleh kekayaan dan pemanfaatan dapat dilakukan dengan cara berniaga, bercocok tanam, dan pendistribusian dengan menekankan beberapa aspek di antaranya adalah menuntun setiap individu memperoleh rezeki yang dapat memenuhi kebutuhan hidup dan menenangkan batinnya. Oleh sebab itu, Islam memberikan kebebasan bagi umat-Nya agar mencari rezeki atau bekerja sesuai profesinya, akan tetapi dalam waktu yang sama kebebasan yang dimiliki individu juga terbatas oleh kebebasan sesamanya. Maka, hal tersebut harus diperhatikan dalam usaha memperoleh rezeki.[2]

---

[1] Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam* (Bandung: Sinar Baru Bandung, 1986), 262.
[2] Djajuli, *Ilmu Fiqh: Penggalian, Pengembangan, dan Penerapan Hukum Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), 86.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara umum *mu'a>malah* merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia. *Mu'a>malah* berasal dari kata *amala* yang artinya saling berbuat atau berbuat secara timbal balik. Jika kata tersebut dihubungkan dengan lafaz *fiqh*, maka mengandung arti "aturan" yakni yang mengatur hubungan antar manusia (*hablum minannas*) di dalam kehidupan dan juga merupakan bentuk dari *fiqh* ibadah yang mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT (*hablum minallah*).[1] Kedua bentuk hubungan tersebut merupakan tujuan diciptakannya manusia sebagai khalifah di bumi.

Hablum minannas dapat dinilai sebagai ibadah jika dilaksanakan sesuai dengan petunjuk Allah SWT dalam kitab *fiqh*. Seperti *mu'a>malah* yang juga dapat dikatakan sebagai bentuk dari kata '*ibadah*, maka yang dimaksud yakni *mu'a>malah* dalam arti umum. Dalam bagian ini yang dibahas adalah *mu'a>malah* dalam arti khusus dari pengertian umum, yaitu hubungan manusia dengan manusia yang berkaitan dengan harta.[2]

Hubungan sesama manusia yang berkaitan dengan harta diatur dalam kitab-kitab *fiqh*, hal ini dikarenakan manusia memiliki kecenderungan yang besar terhadap harta dan juga sering timbul persengketaan antar manusia akibat harta, maka hal ini perlu diatur agar menjaga kestabilan dalam kehidupan antar sesama manusia. Penggunaan harta dapat bernilai ibadah apabila sesuai dengan kehendak Allah SWT.[3] *Fiqh mu'a>malah* yang

[1] Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014), 4.
[2] Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Medua Pratama, 2007), 30.
[3] Amir Syarifudin, *Garis-Garis Besar Fiqh* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), 175-176.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berkaitan dengan hubungan antar sesama manusia, salah satunya adalah jual beli.

Praktik jual beli ada dua macam, yaitu jual beli secara langsung dan tidak langsung. Jual beli di pasar tradisional merupakan contoh jual beli langsung, di mana penjual dan pembeli bertemu dalam satu tempat, pembeli dapat memeriksa barang yang akan dibeli, dan transaksinya dilakukan secara fisik. Kegiatan jual beli tidak langsung atau biasa disebut jual beli *online* dapat dilakukan menggunakan media seperti gawai, dengan ini aktivitas jual beli menjadi efektif dan efisien. Dalam proses jual beli

online, pembeli dan penjual tidak dapat bertemu secara langsung, tetapi pembeli dapat memilih barang yang ditampilkan dengan gambar dan spesifikasi, lalu melakukan pemesanan.

Banyak pelaku usaha yang berinovasi dari konsumen terhadap produk yang sedang dibutuhkan, salah satunya adalah parfum. Parfum atau minyak wangi merupakan salah satu bentuk produk kosmetik yang menjadi bagian penunjang rasa percaya diri seseorang, sehingga menurut sebagian konsumen merasa perlu untuk membeli parfum.

Sebagian besar para konsumen yang ingin membeli parfum secara *online* terkadang ingin memastikan kecocokan aroma atau wangi parfum yang sesuai dengan keinginannya sebelum membeli parfum dengan kemasan asli. Seperti toko *online* di Instagram dan Shopee @Obliss.id yang menjual parfum bermerek Victoria's Secret secara *share in bottle*. *Share in*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bottle dilakukan dengan membagi isi produk dari kemasan ukuran asli dan dikemas kembali dalam kemasan yang lebih kecil. Penjualan dengan cara tersebut membuat produk semakin banyak diminati oleh para konsumen, selain dijual dalam bentuk yang lebih kecil, harga dalam kemasan *share in bottle* juga pasti jauh lebih terjangkau dari parfum ukuran aslinya. Parfum
Victoria's Secret dijual seharga Rp279.000,00 dengan berat bersih 250 ml. Toko *online* @Obliss.id menjual parfum Victoria's Secret *share in bottle* dalam beberapa ukuran yakni 10 ml seharga Rp20.000,00, 20 ml seharga Rp30.000,00, dan 30 ml seharga Rp45.000,00.[4]

Toko *online* @Obliss.id memiliki sistem pembelian dengan dua cara yakni melalui Shopee untuk pembeli yang menginginkan promo gratis ongkos kirim dan WhatsApp jika ingin melakukan pembelian melalui *Cash*
on Delivery (COD), kurir, ambil di rumah pemilik, maupun ekspedisi. Toko *online* @Obliss.id sudah menyiapkan produk yang sudah dipindahkan dalam beberapa kemasan, sehingga barang yang dijual sudah siap untuk
diberikan kepada pihak pembeli.

Pada dasarnya jual beli dengan cara *share in bottle* merupakan kegiatan mengemas kembali dan termasuk dalam proses produksi, kegiatan tersebut
harus memiliki surat keterangan atau sertifikat Cara Pembuatan Kosmetik yang Benar (CPKB) untuk melakukan usaha. Dalam prakteknya, toko *online* @Obliss.id tidak mengetahui aturan mengenai jual beli dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

[4] Instagram @Obliss.id.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sistem *share in bottle* dan toko tersebut tidak memiliki izin edar. Pada kemasan parfum *share in bottle* yang dijual oleh toko *online* @Obliss.id hanya mencantumkan label merek dan varian saja, hal ini tentunya ada ketidak jelasan (*gharar*) informasi terkait kadaluarsa, ukuran, isi, dan berat bersih.

Berdasarkan penjelasan di atas penulis menganggap masalah tersebut menarik dan perlu untuk diteliti yakni analisis hukum Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap sistem jual beli *online* parfum secara *share in bottle*, berupa bentuk skripsi yang
berjudul "Analisis Hukum Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap Jual Beli Parfum Victoria's Secret dengan Sistem *Share in Bottle* di Toko *Online* @Obliss.id"

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, beberapa permasalahan terkait praktik jual beli parfum Victoria's Secret melalui sistem *share in bottle* dapat diidentifikasi pada toko *online* @Obliss.id, sebagai berikut:

1. Terdapat unsur *gharar* pada objek yang dijual oleh toko *online* @Obliss.id.
2. Penjual toko *online* @Obliss.id tidak berkompeten dalam melakukan produksi parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Hukum Islam terhadap jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id.
4. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id.

Agar pembahasan skripsi ini fokus pada suatu permasalahan, maka penulis membatasi penulisan ini pada beberapa masalah, sebagai berikut:

1. Analisis hukum Islam terhadap jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id.
2. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id?
2. Bagaimana analisis hukum Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id?

D. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah, penulisan ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan mempelajari praktik jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Untuk mengetahui analisis hukum Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id.

E. Kegunaan Hasil Penulisan

Sesuai dengan pemaparan sebelumnya di atas, kegunaan hasil penulisan yang penulis ingin dicapai dapat bermanfaat secara teoritis maupun praktis:

1. Secara Teoritis
   a. Menambah khazanah pengetahuan dan keilmuan hukum Islam, khususnya di bidang hukum ekonomi syariah (*mu'a>malah*).
   b. Memberikan sumbangan pemikiran bagi penulis selanjutnya.
2. Secara Praktis

   Hasil penulisan ini dapat menjadi acuan bagi masyarakat terkait praktik jual beli *share in bottle* secara *online* yang sesuai dengan hukum Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020.

F. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka merupakan penulisan yang terdahulu guna menghindari bentuk plagiasi, pengulangan pembahasan dalam bentuk jurnal, skripsi, atau penulisan. Kajian Pustaka dalam penulisan ini, yakni:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Pertama, skripsi yang disusun oleh Mei Lisa Kannila Sari, mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya pada 2019 yang berjudul "Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Obat Tanpa Label Halal Majelis Ulama Indonesia di Desa Patihan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk" memiliki persamaan pembahasan yang akan penulis angkat dengan skripsi ini yakni pada objek yang belum memiliki legalitas yang jelas.[5] Pembahasan dalam skripsi tersebut membahas mengenai '*urf* dan *maslahat* pada obat meskipun belum mencantumkan logo halal dari MUI, sedangkan pada pembahasan yang akan penulis angkat mengenai larangan BPOM terkait jual beli parfum *share in bottle*.
2. Kedua, skripsi yang ditulis oleh Khusnul Rika Andriyani, mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya pada 2019 yang berjudul "Tinjauan Fatwa DSN MUI Nomor 4 Tahun 2003 Terhadap Penggunaan Label Halal di Bakmi Janda Jemursari Wonocolo Surabaya" memiliki persamaan pada pembahasan yang akan penulis angkat dengan skripsi ini pada objek yang belum memiliki legalitas yang jelas.[6] Pada skripsi ini membahas pengunaan label halal di Bakmi Janda tidak disertai sertifikat halal dari

[5] Mei Lisa Kannila Sari, "Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Obat Tanpa Label Halal Majelis Ulama Indonesia di Desa Patihan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk" (Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019)
[6] Khusnul Rika Andriyani, "Tinjauan Fatwa DSN MUI Nomor 4 Tahun 2003 Terhadap Penggunaan Label Halal di Bakmi Janda Jemursari Wonocolo Surabaya" (Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

MUI, sedangkan pada pembahasan yang akan penulis angkat mengenai larangan BPOM tentang jual beli parfum *share in bottle*.

3. Ketiga, skripsi yang diangkat oleh Arinda Suhartika Putri Santoso, mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya pada 2019 yang berjudul "Analisis Hukum Islam dan Peraturan BPOM Nomor 22 Tahun 2018 Terhadap Praktik Pinjam-Meminjam Nomor P-IRT di Home Industri Makanan Ringan Desa Gampang Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo" terdapat persamaan pembahasan skripsi tersebut dengan penulisan ini mengenai ketidak sesuaian dalam prosedur menjalankan usaha menurut analisis hukum Islam dan BPOM.[7] Dalam skripsi tersebut membahas tentang praktik pinjam meminjam nomor P-IRT dalam makanan yang bukan miliknya, sedangkan pada pembahasan yang akan penulis angkat mengenai larangan BPOM terkait jual beli parfum *share in bottle*.

G. Defini Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai pengertian yang bersifat operasional dari konsep atau variabel penulisan, agar dapat dijadikan acuan dalam melakukan penulisan.[8] Untuk menghindari ketidak sesuaian dalam pengertian yang dimaksud dari judul skripsi ini, maka penulis perlu memberikan definisi sesuai yang dimaksud sebagai berikut:

---

[7] Arinda Suhartika Putri Santoso, "Analisis Hukum Islam dan Peraturan BPOM Nomor 22 Tahun 2018 Terhadap Praktik Pinjam-Meminjam Nomor P-IRT di Home Industri Makanan Ringan Desa Gampang Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo" (Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019)

[8] Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi* (Surabaya: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, 2017), 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Hukum Islam adalah peraturan ketentuan hukum mengenai jual beli (*ba'i*) yang bersumber dari Alquran dan Hadis maupun ijtihad ulama.
2. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 adalah peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang pengawasan produksi dan peredaran kosmetika.
3. Jual beli *share in bottle* adalah menjual suatu produk dengan memindahkan isi suatu produk dalam kemasan baru yang berukuran lebih kecil.
4. Parfum Victoria's Secret adalah merek pakaian dalam wanita, busana, parfum, kosmetik, dengan supermodel dan *fashion show* yang terkenal di dunia. Dalam penulisan ini produk yang difokuskan adalah parfum

   berjenis *fragrance mist* dan *body mist*.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk menggali data dengan tujuan dan fungsi tertentu. Metode penelitian ini meliputi:

1. Jenis Penelitian

   Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan secara sistematis menggunakan data di lapangan atau dengan narasumber.[9] Penulis menggunakan jenis penelitian ini untuk memperoleh data atau informasi yang mendukung penelitian melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap

[9] Suharismi Arikunto, *Dasar-Dasar Research* (Bandung: Tarsoto, 1995), 58.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

praktik jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id.

2. Data yang Dikumpulkan

Data yang dikumpulkan untuk dijadikan bahan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas, maka data yang dikumpulkan berkaitan dengan judul penelitian yakni "Analisis Hukum Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan terhadap Jual Beli Parfum Victoria's Secret dengan Sistem *Share in Bottle* di Toko *Online* @Obliss.id". Data primer yang penulis kumpulkan berasal dari informasi yang telah didapat dari penjual dan pembeli parfum *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id melalui wawancara kepada pihak penjual dan pembeli, serta studi dokumentasi pada akun sosial media toko online @Obliss.id yakni Instagram dan Shopee. Data sekunder pada penelitian ini berasal dari penelitian sebelumnya seperti skripsi, thesis, jurnal, artikel, dan buku.

3. Sumber Data

a. Sumber Primer

Sumber primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti.[10] Sumber primer memiliki sifat penting untuk memperoleh beberapa informasi yang diperlukan berkaitan dengan

[10] Bagong, et al, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian yang dilakukan. Sumber primer untuk penelitian ini berupa wawancara, pendapat, pengalaman penulis, dan informasi yang terdapat pada akun toko *online* @Obliss.id. Dalam hal ini, data primer berasal dari:

1) Pemilik toko *online* @Obliss.id.
2) Pembeli parfum Victoria's Secret kemasan *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id.

b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung didapat oleh penulis, sumber tersebut diperoleh dari buku atau literatur lainnya yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.[11] Sumber sekunder yang digunakan penulis, antara lain:

1) Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, 2010.
2) Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, 2015.
3) Saiful Jazil, *Fiqh Muamalah*, 2014.
4) Data sekunder lainnya seperti jurnal, thesis, buku, dan artikel yang berkaitan dengan Hukum Islam, jual beli, dan *share in bottle*.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

[11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 137.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi yakni melalui pengamatan pada objek penelitian secara langsung.[12] Observasi mengenai fenomena yang terjadi di rumah pemilik toko *online* @Obliss.id oleh penulis selama satu hari.

b. Wawancara

Tujuan dari penggalian data melalui wawancara dengan mengajuakan beberapa pertanyaan kepada para pihak yang bersangkutan dalam transaksi adalah untuk memperoleh tujuan dilakukannya suatu penelitian.[13] Penulis menyiapkan daftar pertanyaan untuk diajukan pada pelaku jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle*, yakni pertanyaan untuk penjual dan tiga pembeli toko *online* @Obliss.id. Wawancara kepada pihak penjual dilakukan secara tatap muka dan melalui pesan WhatsApp, dan penulis melakukan wawancara kepada pihak pembeli melalui pesan WhatsApp.

c. Dokumentasi

Pengumpulan mengenai hal-hal atau variabel berupa buku, jurnal, skripsi, catatan, dan peraturan atau undang-undang lainnya merupakan dokumentasi yang diperlukan oleh penulis.[14] Penulis

---

[12] Andi Prastowo, *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Diva Press, 200), 43.
[13] Abidin, Yunus, *Strategi Membaca Teori dan Pembelajaranya* (Bandung: Risqi press 2010), 358. [14] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 65.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mencari dokumen pendukung dan hal-hal penting yang dibutuhkan untuk kebenaran penelitian.

5. Teknik Pengelolaan Data

a. *Editing* yaitu memeriksa kelengkapan, kesesuaian, dan kejelasan data yang diperoleh.[15] Teknik *editing* yang digunakan oleh peneliti untuk memeriksa data yang telah dikumpulkan dan digunakan sebagai sumber-sumber studi dokumentasi. Dalam penelitian ini, penulis melengkapi dan memeriksa data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan studi dokumentasi dengan pihak penjual dan pembeli di toko *online* @Obliss.id, kemudian data dipilih untuk
disesuaikan dengan pembahasan peneliti.

b. *Organizing* yaitu menyusun data dari hasil *editing* agar terstruktur dan mudah untuk dipahami.[16] Teknik *organizing* digunakan oleh
penulis guna memperoleh kerangka atau gambaran sesuai dengan rumusan masalah penelitian ini. Data yang disusun yakni berkaitan dengan praktik jual beli parfum Victoria's Secret yang dijual
dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id.

c. *Analizing* yaitu memaparkan hasil data berbentuk kalimat yang baik dan benar, sehingga mudah dibaca dan dipahami.[17] Teknik ini merupakan analisis lanjutan dari teknik *editing* dan *organizing*

[15] Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif* (Malang: UMMP Press, 2010), 25.
[16] Ibid., 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

data yang telah didapat dari sumber penelitian, sehingga diperoleh

[15] Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif* (Malang: UMMP Press, 2010), 25.
[16] Ibid., 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesimpulan mengenai pembahasan pada penelitian ini. Pada tahap ini, penulis memaparkan semua hasil data yang telah dilakukan proses *editing* dan *organizing* untuk dianalisis menggunakan

Hukum Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id.

6. Teknik Analisis Data

Setelah data yang terkumpul lengkap, maka peneliti menganalisa data secara kualitatif. Teknik analisa kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan.[18]

1) Analisis deskriptif adalah cara mengutarakan, menguraikan, serta menjelaskan data yang terkumpul.[19] Metode ini digunakan untuk mengetahui gambaran tentang jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id
2) Pola pikir deduktif adalah pola pikir yang berpijak pada teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan, kemudian dikemukakan berdasarkan fakta-fakta yang bersifat khusus.[20] Pola pikir pada penelitian ini berpijak pada teori-teori jual beli

[18] Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* …, 16.
[19] Ibid., 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan kemudian dikaitkan dengan fakta di lapangan tentang jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id.

I. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan dalam skripsi ini lebih terarahkan dan terfokuskan, maka penulis menyusun kerangka penelitian yang sistematis. Sehingga tujuan dari pembahasan yang diuraikan penulis dapat tercapai dan mudah untuk dipahami. Penulis membagi pembahasan menjadi lima bab, sebagai berikut:

Bab pertama, yaitu berupa Pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan metode penelitian yang meliputi: Jenis penelitian, data yang dikumpulkan, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengelolaan data, teknik analisis data dan dilanjutkan dengan sistematika pembahasan skripsi.

Bab kedua, yaitu berupa Konsep Jual Beli dalam Islam dan Peraturan BPOM nomor 2 tahun 2020 tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika. Bab ini berisi tentang teori jual beli menurut hukum Islam yang meliputi pengerian jual beli, dasar hukum jual beli, sifat jual beli, rukun dan syarat jual beli, bentuk jual beli, jual beli yang dilarang, dan jual beli *gharar*. Pemaparan terkait peraturan BPOM nomor 2 tahun 2020 tentang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika, serta mengulas tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bab ketiga, yaitu berupa Praktik Jual Beli Tiket Parfum Victoria's Secret Secara *Share in Bottle*. Bab ini berisi pemaparan data yang dikumpulkan. Penulis menguraikan hasil penelitian lapangan seperti profil dan praktik jual beli di toko *online* @Obliss.id.

Bab keempat, yaitu berupa Analisis Hukum Islam dan Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap Jual Beli Parfum Victoria's Secret dengan Sistem *Share in Bottle* di Toko *Online* @Obliss.id. Bab ini membahas hasil dari tinjauan dan pembahasan dari bab sebelumnya terhadap jual beli parfum dengan sistem *share in bottle*.

Bab kelima, yaitu berupa penutup. Bab ini mengulas tentang kesimpulan serta saran untuk penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KONSEP JUAL BELI DALAM ISLAM DAN PERATURAN BPOM NOMOR 2 TAHUN 2020 TENTANG PENGAWASAN PRODUKSI DAN PEREDARAN KOSMETIKA

A. Jual Beli Dalam Islam

1. Definisi Jual Beli

Secara bahasa jual beli merupakan pesetujuan yang mengikat antara penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar sebesar harga barang yang dijual.[1] Dalam *fiqh*, jual beli disebut dengan *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.[2] Pengertian jual beli menurut kalangan imam mazhab, yakni:[3]

a. Mazhab Hanafi

Jual beli menurut mazhab Hanafi mengandung dua makna, yaitu:

1) Makna khusus, yakni menukarkan barang dengan dua mata uang, berupa emas dan perak dan yang sejenisnya.
2) Makna umum, yakni memiliki dua belas macam, di antaranya adalah yang terdapat pada makna khusus.

b. Mazhab Maliki

[1] https://kbbi.web.id/jual%20beli, diakses pada 22 November 2020.
[2] Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana 2012), 101.
[3] Abdulrahman Al Jaziri, *Fiqih Empat Madzhab, Jilid III* (Semarang: Asy Syifa 1994), 312.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jual beli atau *ba'i* menurut mazhab Maliki memiliki dua pengertian, yakni:

1) Pengertian untuk seluruh satuannya *ba'i* (jual beli), yang mencakup akad *sharaf*, *salam*, dan lain sebagainya.
2) Pengertian untuk satu satuan dari beberapa satuan yaitu sesuatu yang dipahamkan dari lafal *ba'i* secara mutlak menurut *'urf* (adat kebiasaan).

c. Mazhab Syafi'i

Menurut ulama mazhab Syafi'i, jual beli menurut *shara'* adalah akad tukar menukar harta dengan harta menggunakan cara tertentu.

d. Mazhab Hanbali

Mazhab Hanbali, jual beli menurut *shara'* merupakan tukar menukar harta atau menukarkan manfaat yang mubah dengan suatu manfaat yang mubah juga untuk selamanya.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan suatu persetujuan antara dua pihak, di mana pihak pertama mengikat diri untuk menyerahkan barang dan pihak lain mengikat diri untuk membayar harga barangnya dan keduanya melakukan dengan sukarela sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan oleh *shara'* dan disepakati.

Seiring berkembangnya teknologi yang semakin canggih, kebutuhan manusia lebih dimudahkan untuk mencari barang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

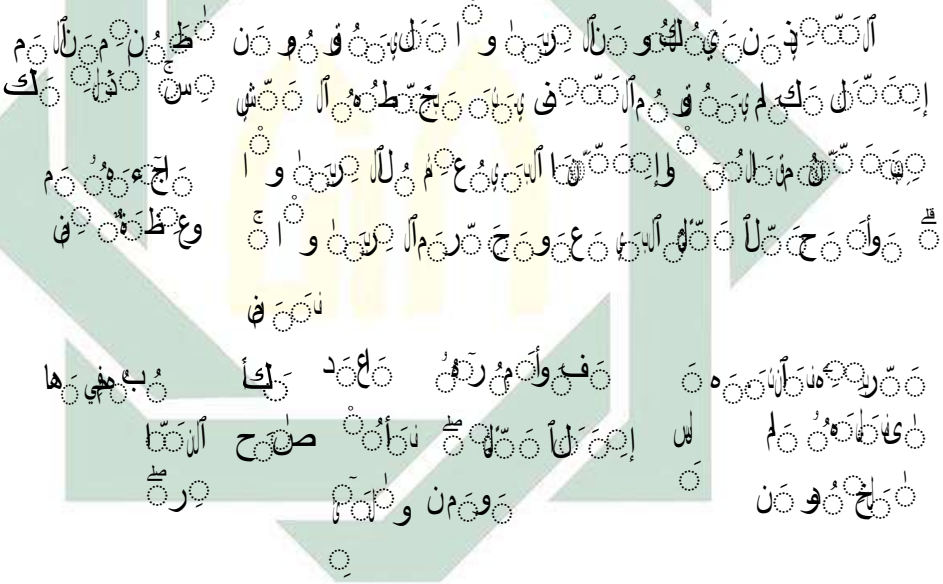
dengan adanya jual beli dengan sistem *online*. Jual beli *online* ialah suatu kegiatan di mana pembeli dan penjual tidak harus bertemu

dalam satu majelis atau tempat untuk melakukan komunikasi, transaksi, dan negosiasi tetapi melalui ruang komunikasi secara seperti *chat*, telepon, SMS, dan lain sebagainya.

2. Dasar Hukum Jual Beli

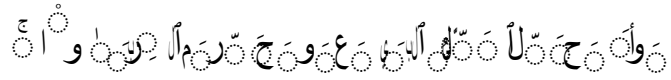
a. Alquran

Jual beli dibolehkan dalam Islam berdasarkan firman Allah QS. *Al-Baqarah* ayat 275:



Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan *syaitan* lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS. *Al-Baqarah* ayat 275)[1]

Berdasarkan ayat Allah SWT di atas yakni:



Memiliki makna bahwa jual beli adalah suatu kegiatan yang dibolehkan dalam Islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

[1] Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemah* (Surabaya: Duta Ilmu, 2010), 47.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dasar hukum jual beli juga terdapat dalam firman Allah QS. *Al-Nisa>'*, ayat 29:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تَأْكُلُوٓا۟ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوٓا۟ أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Hai orang-orang beriman, jangan saling memakan harta sesama dengan cara yang *ba>t}il*, kecuali dengan cara perniagaan yang dilakukan dengan suka rela di antara kamu. Dan jangan membunuh dirimu; sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu." (QS. *Al-Nisa>*, ayat 29)[2]

b. Hadis

Hadis Nabi SAW telah menjelaskan yang berbunyi:

عن رفاعة بن رافع رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم سئل أي الكسب أطيب قال عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور (رواه البزار وصححه الحاكم)

Artinya: Rasulullah ditanya seseorang, "Apa usaha yang paling baik?" Nabi menjawab, "Perbuatan seseorang yang dilakukan dengan tangannya sendiri dan jual beli dengan cara yang baik". (HR. Al-Bazzahdan Al-Hakim)[3]

c. Kaidah *Fiqh*

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمه

Artinya: Semua bentuk muamalah pada dasarnya boleh untuk dilakukan kecuali terdapat dalil yang megharamkannya.[4]

d. Ijma'

Para ulama bersepakat bahwa jual beli dibolehkan dan mengandung hikmah di dalamnya. Sebagai manusia yang hidup dalam masyarakat tidak bisa bertahan hidup tanpa bantuan orang

[2] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Diponegoro, 2010), 83.
[3] Muhammad Fu'ad Abdul Baqi, *Kumpulan Hadits Sahih Bukhari Muslim* (Solo: Insan Kamil, 2010), 421.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

[4] Saiful Jazil, *Fiqh Mu'amalah* (Sidoarjo: UIN Sunan Ampel Press, 2014), 98.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lain, mereka selalu membutuhkan sesuatu yang telah dikuasai orang lain. Orang lain tidak akan menyerahkan sesuatu tanpa ada ganti atau imbalan apapun. Oleh karena itu jual beli bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dan menghilangkan kesulitan dalam hidup manusia.[5]

3. Sifat Jual Beli

Meski jual beli dibolehkan, hukum jual beli dapat berubah dari mubah menjadi hukum yang lainnya sesuai dengan keadaan kedua belah pihak yang saling melakukan transaksi. Berikut ini hukum jual beli bergantung pada keadaannya:[6]

a. Mubah

Hukum dasar jual beli adalah mubah, karena jual beli adalah kegiatan yang lazim dilakukan oleh masyarakat pada umumnya.

b. Haram

Jual beli haram hukumnya apabila syarat atau rukunnya tidak memenuhi atau melakukan sesuatu yang dilarang dalam jual beli, serta menjual atau membeli barang yang haram dijual.

c. Sunnah

Jual beli sunnah hukumnya, jual beli ini diutamakan kepada kerabat atau kepada orang yang membutuhkan barang, biasanya dengan diniati untuk membantu orang lain.

---

[5] Saiful Jazil, *Fiqh Mu'amalah* …, 65.
[6] Sayyid Sabiq, *Fiqh As-Sunah* (Jakarta: Bulan Bintang, 1999),

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Wajib

Jual beli wajib hukumnya dengan melihat situasi dan kondisi, seperti menjual harta anak yatim dalam keadaan terpaksa.

4. Rukun dan Syarat Jual Beli

Terdapat tiga rukun dalam jual beli yang harus dipenuhi, antara lain:

a. *Sighat* (lafaz ijab dan kabul)

Ijab menurut para ahli *fiqh* adalah suatu kata-kata yang keluar dari salah satu kedua belah pihak (dua orang yang berakad) yang menunjukan keridaannya, baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli.[7] Kabul ialah sesuatu ungkapan kedua yang keluar dari salah satu pihak yang menunjukan keridaannya dan menyetujuinya, baik ungkapan itu keluar dari penjual atau pembeli. *S}i>ghat* yaitu persetujuam antara pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan transaksi jual beli, di mana pihak pembeli menyerahkan uang dan pihak penjual menyerahkan barang (serah terima), baik transaksi menyerahkan barang lisan maupun tulisan.[8]

b. Orang yang berakad atau *al-muta'aqidain* (penjual dan pembeli)

Penjual, dalam jual beli yaitu pemilik harta yang menjual barangnya, atau orang yang diberi kuasa untuk menjualnya. Penjual harus orang dewasa yang cakap dalam melakukan transaksi jual beli. Sedangkan pembeli harus orang yang cakap yang dapat

[7] Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 77.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membelanjakan hartanya (uangnya), tidak dibolehkan orang bodoh dan anak kecil yang belum diizinkan.[9] Cakap adalah mempunyai kemampuan dalam melakukan sesuatu.[10]

Konsep kepemilikan dalam Islam pada dasarnya tidak melarang secara kuantitas.[11] Namun Islam memberikan koridor-koridor kepada umatnya tentang apa saja yang boleh dimiliki dan bagaimana cara memperoleh kepemilikan tersebut. Islam juga membatasi umatnya dalam hal pengelolaan kepemilikannya, hal ini akan tampak pada kondisi-kondisi yang dijelaskan oleh *shara'*. Pendapat Ismail Yusanto menganai kepemilikan menurutnya adalah hukum *shara'* yang berlaku pada barang baik zat maupun manfaatnya, yang memungkinkan seseorang untuk menggunakan barang tersebut atau mendapatkan kompensasi, baik karena barangnya diambil manfaatnya oleh orang lain seperti disewa atau diambil oleh orang lain dengan cara dibeli.[12] Pendapat lain yang lebih ringkas bahwa hak milik individu adalah hak seseorang yang diakui *shara'*.[13] Oleh karenanya kepemilikan terhadap suatu barang tidaklah mutlak, terdapat ketentuan-ketentuan *shara'* yang membatasi kepemilikan seseorang.

---

[9] Abdul Rahman Ghazaly, et al., *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 69.
[10] https://kbbi.web.id/cakap, diakses pada 10 Februari 2021.
[11] Abdul Rahman Ghazaly, et al., *Fiqh Muamalat* …, 69.
[12] Ismail Yusanto dan M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam* (Bogor: Al-Azhar Press, 2009), 126.

[13] Taqiyuddin an-Nabhani, *Al-Nizam al-Iqtisad* (Beirut: Darul Ummah, 2004), 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. *Ma'qud 'Alayh* (barang yang dijual belikan) [14]

Barang yang dijual haruslah sesuatu yang dibolehkan oleh *shara'* untuk dijual, dapat diterima, dan diketahui sifatnya dan pembeli.

Adapun beberapa syarat dalam jual beli, meliputi:[15]

a. Keridaan antara penjual dan pembeli.
b. Seseorang yang boleh untuk menggunakan harta, yakni seseorang yang *baligh*, berakal, merdeka, dan *rashid* (cerdik tidak idiot).
c. Seseorang yang memiliki barang, dalam hal ini yang dimaksud adalah penjual atau yang diduduki kedudukan kepemilikan, maksudnya yakni seseorang yang diwakilkan untuk menjual barang.
d. Barang yang dijual adalah barang yang dibolehkan untuk diambil manfaatnya. Contoh barang yang dapat diambil manfaatnya seperti menjual makanan atau minuman yang halal, bukan yang haram seperti *khamr.*
e. Barang dapat diserahkan terimakan, jika barang tidak dapat diserahkan terimakan kepada pembeli maka jual beli tersebut menjadi tidak sah, seperti menjual barang yang tidak ada. Jual beli yang dimaksud seperti menjual ikan yang masih ada di laut atau menjual burung yang masih terbang di udara.

[14] Abdul Rahman Ghazaly, et al., *Fiqh Muamalat* …, 69.

[15] Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli* …,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Barang yang dijual dapat diketahui oleh kedua belah pihak, dengan melihat atau memberi informasi terkait sifat barang yang dijual, karena ketidak tahuan atas barang yang dijual belikan adalah bentuk *gharar.*

g. Harga barang dapat diketahui dengan bilangan nominal tertentu.

5. Bentuk Jual Beli

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi, yakni dari segi objek jual beli dan segi pembayaran. Ditinjau dari segi barang atau benda sebagai objek jual beli:[16]

a. Jual beli benda yang nampak atau terlihat, maksudnya yakni pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang tersebut berada di depan kedua belah pihak dan hal ini lazim dilakukan oleh masyarakat.

b. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian, yakni jual beli pesanan (*ba'i salam*). Barang yang dijual belikan dalam jual beli ini ditangguhkan hingga masa-masa tertentu.

c. Jual beli benda yang tidak ada dan tidak dapat dilihat. Jual beli ini dilarang dalam Islam, karena dikhawatirkan barang barang tersebut diperoleh dari hasil curian atau barang titipan yang berakibat menimbulkan kerugian pada pihak lain.

[16] Abu Syuja' Ahmad bin Husain al Asfahani, *Terjemah Matan Ghayaj wa Taqrib: Ringkasan Fiqh Syafi'i,* Cet. Ke-2 (Jakarta: Pustaka Amani, 2001), 60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jual beli ditinjau dari segi pembayaran dibagi empat, yaitu:[17]

a. Jual beli tunai sekaligus penyerahan barang dan pembayaran dilakukan secara langsung.
b. Jual beli dengan pembayaran tertunda (*ba'i muajjal*), yakni jual beli yang penyerahan barang dilakukan secara langsung namun pembayaran dilakukan di kemudian hari atau dicicil.
c. Jual beli dengan penyerahan barang tertunda, di antaranya:
   1) Jual beli *salam*, pembeli membayar barang dengan spesifikasi tertentu yang dipesan secara tunai di awal dan diserahkan kemudian.
   2) Jual beli *istishna'*, jual beli yang pembelinya membayar tunai atau dicicil atas barang yang dipesan dengan spesifikasi yang harus diproduksi (biasanya produk manufaktur) dan diserahkan di kemudian hari.
d. Jual beli dengan penyerahan barang dan pembayaran yang sama-sama tertunda.

6. Jual Beli yang Dilarang

[17] Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 175.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Wahbah az-Zuhaily berpendapat berkaitan dengan jual beli yang dilarang dalam Islam, sebagai berikut:

a. Terlarang Akibat *Ahliyah* (Ahli Akad)

Ulama sepakat bahwa jual beli sah apabila dilakukan oleh orang yang dewasa, berakal, mampu memilih, dan mampu melakukan tasharruf secara baik. Jual beli dianggap tidak sah apabila:

1) Jual beli dilakukan orang gila adalah tidak sah, hal ini sudah disepakati oleh para ulama *fiqh*.
2) Jual beli dilakukan anak kecil yang belum *mumayyiz* menurut ulama *fiqh* tidak sah, kecuali dalam hal yang sepele dan ringan. Firman Allah SWT telah menjelaskan yang artinya, "Dan ujilah anak yatim tersebut sampai mereka cukup umur untuk kawin, jika menurut pendapatmu mereka telah pandai (pandai memelihara harta), serahkanlah kepada dia harta-hartanya." (QS. *Al-Nisa'* ayat 6).
3) Jual beli dilakukan orang buta menurut ulama Syafi'i tidak sah, orang buta tidak bisa membedakan antara yang baik dan yang buruk.
4) Menurut ulama Hanafiyah, jual beli secara paksa sama dengan jual beli tanpa persetujuan pemilik (jual beli *fud}ul*) yakni ditangguhkan (*mauquf*) yaitu ditangguhkan. Oleh karena itu, ditangguhkan keabsahannya hingga hilang rasa terpaksanya atau rela.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Ketidaktahuan, kebangkrutan, atau penyakit dapat menghalangi kegiatan jual beli.

6) Jual beli *malja'* adalah jual beli oleh orang yang terancam bahaya untuk menghindari perilaku yang zalim. Mazhab Hanafi berpendapat bahwa jual beli tersebut *fasid*.[18]

b. Terlarang Akibat *S}i>ghat*

Kalangan ulama *fiqh* bersepakat tentang sahnya jual beli yang didasarkan pada adanya kerelaan (rida) dua belah pihak yang berakad, kesesuaian antara ijab dan kabul, serta berada di satu majelis yang sama atau berbeda. Apabila kriteria tersebut tidak terdapat dalam jual beli maka hukumnya tidak sah. Beberapa jual beli yang dipandang tidak sah atau masih diperdebatkan oleh para ulama adalah:[19]

1) Jual beli *mu'athah* merupakan jual beli yang sudah disepakati para pihak yang berakad tetapi tidak disertai dengan ijab dan kabul. Maksudnya ialah kedua pihak yang terkait dalam proses jual beli melangsungkan barter satu sama lain. Penjual memberikan barang kepada pembeli, dan pembeli memberikan uang kepada penjual tanpa melaksanakan persetujuan (kabul). Hal seperti ini biasanya sudah menjadi kebiasaan kedua belah pihak. Jual beli ini dipandang ulama hukumnya *s}ahih* apabila

[18] Saiful Jazil, *Fiqh Mu'amalah* …, 103-104.
[19] Ibid., 105-106.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ada ijab dari salah satunya. Memberikan barang dan menerima uang, hal tersebut dipandang sebagai *s}i>ghat* dengan perbuatan atau isyarat.

2) Jual beli melalui surat atau melalui utusan yang telah disepakati ulama *fiqh* bahwa jual beli melalui surat atau utusan adalah sah. Tempat berakad adalah sampainya surat atau utusan dari *'aqid* pertama kepada *'aqid* kedua. Jika kabul melebihi tempat, akad tersebut dilihat tidak sah apabila surat tidak sampai ke tangan yang dimaksud.

3) Jual beli melalui surat atau utusan telah disetujui oleh ulama *fiqh*, bahwa jual beli tersebut sah. Tempat akadnya adalah datangnya surat atau utusan dari *'aqid* pertama ke *'aqid* kedua. Jika kabul melampaui tempat, maka akad yang dilakukan tidak sah apabila surat atau utusan tidak sampai ke tangan yang dituju.

4) Ulama *fiqh* bersepakat, jika membeli maupun menjual barang yang tidak ada di tempat akad adalah tidak sah sebab tidak memenuhi syarat terjadinya akad.

5) Para ulama memandang jual beli yang tidak sesuai antara ijab dan kabul tidak sah. Tetapi, lebih baik jika seperti meninggalkan harga, menurut ulama Hanafi memperbolehkan sedangkan ulama Syafi'i berpendapat tidak sah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6) Jual beli *munjiz* yang dikaitkan dengan suatu syarat atau tangguhkan pada waktu yang akan datang. Jual beli ini, dipandang *fasid* menurut ulama Hanafi dan batal menurut jumhur ulama.

c. Terlarang sebab *Ma'qud 'Alayh* (barang jualan)

Ma'qud adalah harta yang dijadukan alat pertukaran oleh orang yang berakad, yang biasa disebut dengan barang jualan dan harga. Ulama *fiqh* sepakat bahwa jual beli dianggap sah apabila *ma'qud 'alayh* adalah barang tetap atau manfaat, berbentuk, dapat diserahkan, dapat dilihat oleh pihak yang berakad, tidak bersangkutan milik orang lain dan tidak ada larangan dari *shara'*.

Selain itu, terdapat ada beberapa hal yang disetujui sebagian para ulama *fiqh* namun sebagian juga masih diperselisihkan, antara lain:

1) Jual Beli Barang yang Tidak Ada

Barang yang dijual belikan harus wujud atau tampak secara konkret pada saat transaksi dan bisa juga diperkirakan akan ada di masa yang akan datang. Meskipun beberapa ulama seperti ulama Syafi'yah dan Hanafiyah melarang secara mutlak barang yang tidak tampak kecuali dalam beberapa hal seperti jasa. Namun dalam hal-hal tertentu dapat dibenarkan seperti *bai salam*, leasing, dan bagi hasil dalam mud}arabah. Berdasarkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hadis Nabi Muhammad SAW, dari Abdullah bin Umar R.A., Rasulullah SAW bersabda:

"Sesungguhnya Rasulullah SAW melarang jual beli buah-buahan sebelum jelas baiknya, Rasulullah SAW juga melarang terhadap penjual dan pembelinya."

2) Jual Beli Barang yang Tidak Dapat Diserahkan Terimakan

Objek jual beli harus dapat diserah terimakan dari penjual kepada pembeli, maka setiap objek jual beli yang tidak dapat diserah terimakan hukumnya tidak sah.

3) Dilarang Akibat *Shara'*

Dalam hal ini ulama fiqih bersepakat bahwa objek jual beli harus sesuai shara' di antaranya objek yang halal, suci, dan bermanfaat (mutaqawwim). Sebagaimana hadis Nabi Muhammad SAW, Rasulullah SAW bersabda:

"Sesungguhnya Allah mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi, dan patung."

4) Jual Beli yang Mengandung Unsur *Gharar* (Kesamaran)

Jual beli *gharar* adalah apabila seorang penjual menipu penjual dengan cara menjual barang dagangan yang di dalamnya

terdapat cacat yang tersembunyi. Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa pelarangan terhadap transaksi *gharar* didasarkan kepada larangan Allah SWT atas pengambilan harta atau hak milik orang lain dengan cara yang tidak dibenarkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika

Beredarnya produk kosmetik dalam memenuhi kebutuhan pasar adalah ladang bisnis bagi beberapa pelaku usaha, baik kosmetik yang memiliki izin edar dari pemerintah maupun tidak. Menurut data dari Laporan Tahunan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) 2019, dalam memberantas dan menertibkan peredaran obat dan makanan ilegal, palsu, serta obat keras di sarana yang tidak berhak, BPOM melakukan penyidikan tindak pidana baik secara mandiri maupun dengan institusi lainnya. Sepanjang tahun 2019, BPOM telah menyelesaikan 335 perkara dengan pengelompokan berdasarkan jenis komoditi, jumlah temuan perkara tindak pidana terbesar yaitu pada produk kosmetik sebanyak 144 perkara atau mencapai 43%, perkara ini termasuk nilai terbesar dari pengelompokan berdasarkan jenis pelanggaran lainnya. Kategori jenis pelanggaran kosmetik tanpa izin edar sebesar 142 perkara.[20]

Gambar 1.1
Infografis Perkara Tindak Pidana Obat dan Makanan Tahun 2019

[20] Laporan Tahunan BPOM 2019, 201-202.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber: Laporan Tahunan BPOM 2019

Dalam melakukan pengendalian produksi dan peredaran kosmetika yang aman, bermutu, dan bermanfaat maka pemerintah harus memberi jaminan dan perlindungan kepada masyarakat atas kualitas kosmetika yang meliputi pembentukan peraturan perundang-undangan, serta perizinan, dan penegakan hukum. Seperti tujuan dalam Peraturan BPOM nomor 2 tahun 2020 tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika yang berbunyi:

"Bahwa untuk melindungi masyarakat dari kosmetika yang tidak sesuai standar dan/atau persyaratan keamanan, kemanfaatan, dan mutu kosmetika, perlu dilakukan pengawasan kegiatan produksi dan peredaran kosmetika.[21]

Sedangkan yang dimaksud dengan kosmetik berdasarkan Peraturan BPOM nomor 2 tahun 2020 pasal 1 ayat (1), kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar atau gigi dan membran mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.[22]

Untuk melindungi masyarakat terhadap hal-hal yang merugian akibat pemakaian suatu produk kosmetik yang tidak memenuhi syarat mutu dan keamanan, maka perlu adanya pencegahan peredaran kosmetik

[21] Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020, 1.
[22] Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020, pasal 1 ayat (1).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang tidak memenuhi syarat terhadap mutu dan keamanan. Langkah awal dalam menjamin mutu dan keamanan kosmetik adalah dengan menerapkan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB).[23] Dalam pasal 1 ayat (2) Peraturan BPOM nomor 2 tahun 2020, disebutkan bahwa Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB) adalah seluruh aspek kegiatan pembuatan kosmetika yang bertujuan untuk menjamin agar produk yang dihasilkan senantiasa memenuhi persyaratan mutu yang ditetapkan sesuai dengan tujuan penggunaannya.[24]

Pasal 1 ayat (3) menyebutkan bahwa produksi adalah kegiatan atau proses menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membentuk, mengemas, dan/atau mengubah bentuk, pengawasan mutu dan pemastian mutu sediaan kosmetika.[25] Setelah adanya proses produksi suatu produk kosmetika, terdapat proses pemeriksaan terhadap kosmetika yang diatur dalam pasal 14 yang meliputi:[26]

a. Legalitas kosmetika;
b. Keamanan, manfaat, dan mutu kosmetika;
c. Penandaan dan klaim kosmetika; dan/atau
d. Promosi dan iklan kosmetika.

Seperti pada pasal 14 di atas, legalitas kosmetika ditandai dengan adanya nomor notifikasi kosmetik dari BPOM, biasanya terdapat pada kemasan. Pemeriksaan terhadap keamanan, manfaat, dan mutu kosmetika sangat penting, karena kulit manusia sebagai tempat paling umum untuk mengaplikasikan produk kosmetika, sehingga dalam hal memproduksi kosmetika harus mengikuti pedoman CPKB agar dipastikan produk

[23] Tita Nursjafrida, "Analisis Proses Sertifikasi Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) di Direktorat Inspeksi dan Sertifikasi Obat Tradisional, Kosmetik, dan Produk Komplemen, Badan POM" (Tesis--Universitas Indonesia, 2009)
[24] Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020, pasal 1 ayat (2).
[25] Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020, pasal 1 ayat (3).
[26] Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020, pasal 14 poin a-d.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kosmetika aman dan tidak menimbulkan efek negatif.[27] Penandaan kosmetika adalah informasi yang berbentuk gambar maupun tulisan, kombinasi keduanya, atau dalam bentuk lain yang ditempelkan pada bagian kemasan produk kosmetika,[28] sedangkan klaim kosmetika merupakan pernyataan pada penandaan dan iklan berupa informasi mengenai manfaat, keamanan, dan/atau penyataan lain tentang kosmetika[29] Iklan kosmetika merupakan keterangan atau pernyataan mengenai kosmetika dalam bentuk gambar, tulisan, atau bentuk lain yang dilakukan dengan berbagai cara untuk pemasaran dan/atau perdagangan kosmetika,[30] sedangkan promosi adalah suatu upaya untuk menawarkan produk untuk menarik konsumen.[31]

Dalam Peraturan BPOM nomor 2 tahun 2020 belum mengatur tentang adanya sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar peraturan tersebut, sehingga jika terjadi suatu pelanggaran dapat dikaitkan dengan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK tidak membatasi sengketa konsumen. Pengertian sengketa konsumen dapat dipahami dalam Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan melalui Keputusan Nomor 350 / MPP / Kep / 12/2001, yang menegaskan bahwa yang dimaksud dengan sengketa konsumen adalah antara pelaku usaha dan konsumen yang menuntut ganti rugi atas

[27] Soraya Ratnawulan Mita, et al, "Cara Menghindari Kosmetika Palsu dengan Organoleptik" No. 1, Vol. 2 (Majalah Farmasetika, 2017), 8.
[28] Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 19 tahun 2015, pasal 1 ayat (4).
[29] Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 19 tahun 2015, pasal 1 ayat (5).
[30] Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 1 tahun 2016, pasal 1 ayat (2).
[31] https://id.m.wikipedia.org/wiki/Promosi_(pemasaran), diakses pada 10 Februari.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kerusakan, pencemaran, dan/atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang atau memanfaatkan jasa.[32] Konsumen menerapkan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, agar terhindar dari sengketa konsumen. Hal ini terdapat pada pasal 8:[33]

a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
   1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundag-undangan;
   2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
   3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dann jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
   4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, setiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
   5) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
   6) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
   7) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktunya penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
   8) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
   9) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
   10) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku;

[32] Amran Suadi, *Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, Cet. Ke-2 (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), 90.

[33] Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud;
c. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar;
d. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Ketentuan-ketentuan mengenai sanksi dalam menurut UUPK pasal 45 ayat 1 bahwa, setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.[34] Berkaitan dengan sanksi pidana, menurut pasal 62 maka seorang pelaku usaha dapat dikenakan pidana berupa penjara maupun pidana denda.

"Pelaku usaha dapat dikenakan sanksi berupa pidana penjara selama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah), ketika mereka melanggar ketentuan pasal 8, pasal 9, pasal 10, pasal 13 ayat (2), pasal 15, pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan pasal 18 UUPK. Dan pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 11, pasal 12, pasal 13 ayat (1), pasal 14, pasal 16, dan pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)."[35]

[34] Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 45 ayat (1).

[35] Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 62.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PRAKTIK JUAL BELI PARFUM VICTORIA'S SECRET SECARA *SHARE IN BOTTLE* DI TOKO *ONLINE* @OBLISS.ID

A. Gambaran Toko *Online* @Obliss.id

Saat ini istilah *online* sudah tidak asing lagi bagi sebagian besar masyarakat Indonesia dan dunia yang menggunakan fasilitas internet. Dalam bisnis jual beli, *online* berarti menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan upaya penjualan atas produk yang akan diperdagangkan.[1]@Obliss.id adalah sebuah toko *online* yang didirikan dan dijalankannya sendiri oleh seorang mahasiswa berumur 20 tahun bernama Dewi Trisna yang berasal dari Bangkalan, Madura. Toko *online* @Obliss.id

sudah berdiri sejak Juli 2019. Bermula dari ketertarikannya dengan parfum, Dewi memutuskan untuk membangun bisnis *online* ini. Dari banyaknya parfum yang dimiliki, pemilik tidak ingin parfum miliknya hanya disimpan saja. Muncul ide dari pemilik untuk menjual parfum-parfumnya dengan cara *share in bottle*. Menurut pemilik, bisnis ini menjadi peluang baginya karena di Madura belum terdapat bisnis yang serupa.[2]

Adanya peluang bisnis bagi pemilik toko *online* @Obliss.id untuk menjual parfum dengan cara *share in bottle*, pemilik memutuskan untuk menjual merek parfum yang belum dijual di daerahnya. Merek parfum yang

[1] Joko Salim, *Step By Step Bisnis Online* (Jakarta: Media Komputindo, 2009), 2.
[2] Dewi Trisna (Pemilik Toko *Online* @Obliss.id), *Wawancara*, Bangkalan, 24 Januari 2021.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dijual oleh @Obliss.id adalah Victoria's Secret dengan jenis *parfum fragrance mist* dan *body mist*.

B. Produk yang Dijual Toko *Online* @Obliss.id dengan Sistem *Share in Bottle*

Victoria's Secret adalah salah satu perusahaan retail pakaian dalam terbesar di Amerika Serikat. Victoria's Secret mengkhususkan penjualan pakaian wanita dan produk kecantikan untuk wanita, produk yang dijual dapat ditemukan di katalog atau majalah dan di situs web www.VictoriasSecret.com. Victoria's Secret berada di bawah naungan perusahaan L Brands. L Brands atau Limited Brands adalah perusahaaan retail *fashion* Amerika yang berkantor pusat di Columbus, Ohio. Salah satu

produk andalan yang dimiliki L Brands adalah Victoria's Secret. Victoria's Secret memiliki visi dan misi, yaitu:

1) Visi: Berkomitmen untuk menjadi *trend setter* global dalam menyeiakan pakaian dalam dan produk kecantikan wanita.
2) Misi: Dapat menginspirasi para wanita dengan adanya desain inovatif dan mengajak untuk berkontribusi terhadap masa depan industri *fashion* wanita yang memiliki rasa tanggung jawab dan keberlanjutan

   secara sosial, dan memiliki kualitas yang baik.

Victoria's Secret tidak memiliki usaha lain selain menjual produk pakaian wanita seperti pakaian dalam, tas, kosmetik, tas, parfum, dan lain-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lain. Produk unggulan yang paling dikenal di perusahaan internasional ini salah satunya yaitu menjual produk kecantikan Fragrance berupa parfum.[1]

Jenis-jenis parfum Victoria's Secret beragam yakni Eau de Parfume, Fragrance Mist, Scented Mist, Body Mist, Cologne, dan Room Spray.[2] Jenis parfum Vivtoria Secret yang dijual oleh toko *online* @Obliss.id adalah *Fragrance Mist* dan *Body Mist*.

C. Sistem Jual Beli Parfum *Share in Bottle* di Toko *Online* @Obliss.id

Jual beli menggunakan sistem *share in bottle* sama halnya dengan sistem *share in jar*, hanya saja bentuk dari kemasan yang berbeda. Kemasan yang digunakan *pada share in bottle* berupa botol sedangkan *share in jar* berupa kontainer, keduanya memiliki ukuran yang lebih kecil dari kemasan

aslinya. Menjual produk dengan sistem tersebut yakni melakukan pengemasan ulang dalam kemasan baru yang ukurannya lebih kecil. Adapun kelebihan dan kekurangannya, sebagai berikut:[3]

1) Kelebihan:

a. Mengetahui kualitas produk sebelum membeli ukuran aslinya yang harganya cukup mahal dan terdapat kemungkinan tidak cocok dengan pembeli.

---

[1] Herlina Debby Siahaan, "Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret (Studi Pada Konsumen Victoria's Secret di PVJ Bandung)", *e-Proceeding of Management*, Nomor 1, Vol. 3 (April, 2016), 2.

[2] https://www.victoriassecret.com/id/beauty/search?q=fragance&searchLocation=header, diakses pada 26 Januari 2021.

[3]https://www.google.co.id/amp/s/womantalk.com/amp/beauty/articles/plus-minus-membeli-produk-kosmetik-share-in-jar-AMJB1, diakses pada 26 Januari 2021.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Harga lebih murah dan tidak merasa terlalu rugi apabila produk tidak cocok dengan pembeli.

c. Ukuran kemasan yang lebih ergonomis untuk dibawa bepergian.

d. Sesuai dengan pembeli yang mudah bosan dan suka mencoba beberapa produk.

2) Kekurangan:

a. Standar pada proses penyimpanan hingga pengemasan yang tidak diketahui pembeli mengakibatkan kebersihan tidak bisa terjamin.

b. Pada proses penyimpanan hingga pengemasan yang tidak diketahui oleh pembeli, saat proses pemindahan dan pengemasan ulang, produk akan terpapar udara dan akan mudah terkontaminasi.

c. Risiko membeli produk yang dibeli dengan pengemasan ulang terdapat kemungkinan produk telah dimodifikasi bahkan palsu.

d. Informasi mengenai tanggal kadaluarsa dan saran masa pakai produk tidak diketahui.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis, pengemasan parfum Victoria's Secret yang dijual toko *online* @Obliss.id dengan cara *share in bottle* menggunakan beberapa alat dan bahan, di antaranya adalah parfum asli Victoria's Secret, botol yang digunakan sebagai kemasan share

bottle, alat penyedot parfum, alat takar, air panas, juga alkohol untuk sterilisasi, label berupa stiker yang bertuliskan merek, varian, dan kuantitasnya. Setelah botol disterilkan, produk asli akan dipindahkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditakar dan dipindahkan ke kemasan *share in bottle* tanpa menambahkan bahan tambahan lain.

Dari hasil wawancara penulis kepada pembeli parfum Victoria's Secret di @Obliss.id, beberapa pembeli menjelaskan proses jual beli dan memberi penilaian terhadap produk yang telah dibeli di @Obliss.id. Pertama, Adis adalah pembeli parfum Victoria's Secret dengan varian Bare Vanilla berukuran 20 ml seharga Rp30.000,00 dan melakukan transaksi dengan sistem COD di rumah pemilik. Adis mengatakan bahwa harapannya ketika melakukan transaksi dengan sistem COD akan mengerti proses pemindahan parfum ke kemasan *share in bottle*, "Saya membeli parfum ini dengan system COD agar mengetahui proses pemindahannya", pungkas
Adis.[4]

Kedua, berbeda dengan Adis, Triandani Anastika memaparkan pengalamannya saat bertransaksi secara *online*. Pada saat itu Triandani
membeli parfum Victoria's Secret *share in bottle* melalui fitur Pesan di Instagram, ia menjelaskan bahwa sebelumnya ia tidak pernah mempunyai dan menggunakan parfum dengan merek tersebut, "Saya memutuskan untuk membeli *share in bottle* agar mengetahui terlebih dahulu aroma parfum yang cocok dengan selera saya," ujar Triandani. Triandani mengatakan kepada penjual bahwa ia ingin mencari parfum Victoria's Secret dan akhirnya ia membeli varian Grumdrop tetapi stiker pada

[4] Adis (Pembeli di Toko *Online* @Obliss.id), *Wawancara*, Bangkalan, 18 Januari 2021.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemasan bertuliskan varian Pure Seduction. Saat barang sudah di tangan Triandani, ia mencoba untuk melakukan konfirmasi kepada pihak penjual, lalu pihak penjual menginformasikan bahwa hanya labelnya saja yang bertuliskan Pure Seduction tetapi isinya tetap Gumdrop. Menurut Triandani, sebagai orang awam yang belum tahu aroma parfum Victoria's Secret sebelumnya merasa bahwa adanya jual beli parfum secara *share in bottle* sangat menguntungkan, karena ia tidak harus membeli parfum dengan botol asli yang harganya jauh lebih mahal. Tetapi Triandani merasa kecewa dan ragu terhadap isi parfum yang dibelinya apakah memang asli Victoria's Secret yang dimaksud.[5]

Ketiga, Ida merupakan pembeli parfum Victoria's Secret yang melakukan transaksi melalui Shopee. Kelebihan dari toko *online* @Obliss.id menurutnya adalah merespon pesanan di Shopee dengan cepat dan serta pengemasan yang aman. Dalam kolom komentar Shopee, Ida mengatakan bahwa kuantitas yang dibeli tidak sama, padahal kedua ukuran kemasan *share in bottle* yang dipesan adalah 20 ml, namun komplain Ida di kolom komentar Shopee tidak dibalas oleh pihak penjual. "Saya order dua parfum tapi isi parfum di dalamnya tidak sama, padahal keduanya berukuran 20 ml dan penjual juga tidak merespon complain saya," terang Ida.[6]

[5] Triandani Anastika (Pembeli di Toko *Online* @Obliss.id), *Wawancara*, Bangkalan, 29 Januari 2021.
[6] Ida (Pembeli di Toko *Online* @Obliss.id), *Wawancara*, Sidoarjo, 30 Januari 2021.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan informasi yang didapat dan penulis amati, para pembeli pada intinya merasa diuntungkan dengan adanya produk parfum Victoria's Secret yang dijual secara *share in bottle*, meskipun ada beberapa
kekurangan menurut pembeli di toko *online* @Obliss.id. Terkait proses pemindahan parfum dari botol asli ke kemasan *share in bottle* alasan pihak penjual tidak memperlihatkan proses tersebut di depan pembeli, karena memang sebelumnya parfum-parfum *share in bottle* yang dijualnya sudah
dikemas terlebih dahulu sebelum ada yang memesan, ketika ada yang memesan pihak penjual bisa langsung memberikan barangnya kepada pembeli. Mengenai ketidak sesuaian antara varian isi parfum dan label pada kemasan *share in bottle*, pihak penjual sudah memberi konfirmasi kepada
pembeli bahwa label terbaru yang seharusnya belum selesai dicetak dan menjelaskan bahwa isi parfum sudah sesuai dengan yang dipesan. Berkaitan dengan proses pengemasan, pihak penjual sudah menakar jumlah parfum sesuai yang dipesan pembeli, bahkan seringkali penjual melebihkan volume dari takaran yang seharusnya. Informasi tentang keaslian produk sudah dijelaskan oleh pihak penjual di kolom deskripsi dan famplet yang ada di Instagram dan Shopee, penjual juga akan memberi garansi uang kembali apabila parfum *share in bottle* yang dijual terbukti tidak asli.[7]

[7] Dewi Trisna (Pemilik Toko *Online* @Obliss.id), *Wawancara*, Bangkalan, 31 Januari 2021.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS HUKUM ISLAM DAN PERATURAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN NOMOR 2 TAHUN 2020 TERHADAP JUAL BELI PARFUM VICTORIA'S SECRET DENGAN SISTEM *SHARE IN BOTTLE* DI TOKO *ONLINE* @OBLISS.ID

A. Analisis Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli Parfum Victoria's Secret dengan Sistem *Share in Bottle* di Toko *Online* @Obliss.id

Jual beli merupakan salah bentuk kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Dalam Islam, setiap kegiatan manusia telah diatur oleh syariat sebagai wujud adanya hukum dalam Islam. Seperti praktik jual beli parfum *share in bottle* di toko *online* @Obliss.id, bahwa dalam praktiknya jual beli parfum Victoria Secret's dengan cara *share in bottle* adalah dengan membagi dan memindahkan isi parfum Victoria's Secret ke kemasan botol yang lebih kecil dan diberi label. Jika praktik tersebut jika dikaitkan dari segi rukun dan syarat jual beli, maka:

Pertama, s}ighat (lafaz ijab dan kabul). Sighat adalah persetujan antara pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan transaksi jual beli, di mana pihak pembeli menyerahkan uang dan pihak penjual menyerahkan barang (serah terima), baik transaksi menyerahkan barang lisan maupun tulisan. *S}ighat* dalam praktik jual beli di toko *online* @Obliss.id telah sesuai. Dalam praktiknya, terdapat dua sistem penjualan yang berbeda,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertama *Cash on Delivery* (COD), di mana pihak penjual dan pembeli bertemu dalam satu tempat, melakukan *sighat*, kemudian barang diserahkan kepada pembeli yang ditukar dengan sejumlah uang sesuai dengan ukuran botol parfum yang dipesan. Kemudian, sistem penjualan yang kedua yakni dilakukan secara *online*, bentuk ijab dari penjual melalui deskripsi di Instagram maupun Shopee atau penjelasan penjual terkait

produk parfum Victoria's Secret melalui chat. Bentuk kabul dari pembeli yakni membaca deskripsi di Instagram atau Shopee maupun penjelasan melalui *chat*, lalu melanjutkan dengan membeli barang tersebut dan melakukan pembayaran sesuai total pembelian kepada penjual. Meskipun keduanya tidak bertemu secara langsung atau melakukan jual beli *online*, tetapi dapat dikatakan sebagai kesesuaian kehendak ijab dan kabul antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, s}ighat dalam praktik jual beli tersebut telah sesuai.

Kedua, orang yang berakad atau *al-muta'a>qidain*. Dalam akad jual beli terdapat dua pihak yang terdiri dari bai'(penjual) dan *mushtari* (pembeli). Disebut juga '*aqid*, yaitu orang yang melakukan akad dalam jual beli, dalam jual beli tidak mungkin terjadi tanpa adanya orang yang melakukannya, dan dalam melakakukan akad jual beli maka keduanya harus berakal, merdeka, *baligh*, dan, rashi>d. Selain itu, kedua belah pihak juga harus cakap atau mempunyai kemampuan dalam melakukan transaksi

jual beli, seperti pembeli yang cakap dalam membelanjakan hartanya dan penjual yang cakap dalam mengelola barang yang dijual belikan. Islam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan kebebasan bagi umat-Nya agar mencari rezeki atau bekerja sesuai profesinya, akan tetapi dalam waktu yang sama kebebasan yang dimiliki individu juga terbatas oleh kebebasan sesamanya. Maka, hal tersebut juga perlu diperhatikan dalam usaha seseorang atau penjual dalam memperoleh rezeki. Dalam hal ini, penjual atau pemilik toko *online* @Obliss.id merupakan orang yang tidak berkompeten di bidangnya dalam mengelola parfum Victoria's Secret dengan cara *share in bottle* dan juga dalam praktiknya tidak lepas dari pengawasan pihak yang berwenang atas kegiatan memproduksi suatu produk kosmetika berupa parfum. Maka, dalam hal ini, syarat pada penjual (*bai'*) tidak sesuai.

Ketiga, *ma'qud 'alayh* (barang yang dijual belikan). *Ma'qud 'alayh* adalah barang yang dijual haruslah sesuatu yang dibolehkan oleh *shara'* untuk dijual, dapat diterima, dan diketauhi sifatnya oleh pembeli. Dalam praktik jual beli di toko *online* @Obliss.id yang menjual parfum Victoria's Secret dengan cara *share in bottle* hanya mencantumkan merek dan varian parfum pada label kemasan, berbeda dengan informasi yang terdapat dalam label kemasan botol Victoria's Secret asli mencantumkan tanggal kadaluarsa, cara pemakaian, dan berat bersih. Pencamtuman informasi tersebut sangatlah penting, karena informasi tersebut berkaitan dengan keamanan produk dan untuk memberikan jaminan mutu pada saat produk sampai ke tangan pembeli. Tidak adanya informasi yang lengkap pada label kemasan *share in bottle* di parfum Victoria's Secret termasuk dalam jual

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beli yang mengandung unsur kesamaran (*gharar*) yang berkaitan dengan objek akad jual beli.

B. Analisis Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 terhadap Praktik Jual Beli Parfum Victoria's Secret dengan Sistem *Share in Bottle* di Toko *Online* @Obliss.id

Pemerintah dalam hal menjamin mutu obat-obatan serta makanan melakukan upaya-upaya di antaranya membentuk peraturan perundang-undangan, perizinan, dan penegakan hukum. Penjaminan mutu pada obat-obatan salah satunya adalah dalam bentuk kosmetika, di mana dalam hal ini menjadi wewenang Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa toko *online* @Obliss.id melakukan jual beli parfum Victoria's Secret dengan cara *share in bottle* di mana dalam hal ini menurut BPOM, kegiatan tersebut tergolong baru dan belum memiliki aturan secara spesifik yang mengatur kegiatan jual beli *share in bottle*. Namun, menurut pihak BPOM hal tersebut termasuk dalam kegiatan produksi atau memproduksi suatu kosmetika yang harus sesuai dengan Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB)[1], sebagaimana yang disebutkan dalam pasal 1 ayat (2) Peraturan BPOM nomor 2 tahun 2020, disebutkan bahwa Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB) adalah seluruh aspek kegiatan pembuatan kosmetika yang bertujuan untuk menjamin agar produk yang dihasilkan senantiasa

[1] Layanan Contact Center HaloBPOM, *Wawancara*, 28 Januari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memenuhi persyaratan mutu yang ditetapkan sesuai dengan tujuan

[1] Layanan Contact Center HaloBPOM, *Wawancara*, 28 Januari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penggunaannya. Pemilik toko *online* @Obliss.id tidak memiliki sertifikat CPKB dari pihak BPOM, karena ketidaktahuannya mengenai peraturan tersebut.

Adanya aturan mengenai pemeriksaan terhadap kosmetika dalam pasal 14 Peraturan BPOM nomor 2 tahun 2020 yang meliputi legalitas kosmetika, keamanan, manfaat, dan mutu kosmetika, dalam hal ini melanggar poin tersebut dan termasuk dalam jual beli yang ilegal. *Pertama*,

dari segi legalitas, toko *online* @Obliss.id tidak mencantumkan nomor pemilik notifikasi dari BPOM. *Kedua*, untuk menjaga keamanan, manfaat, dan mutu kosmetika dalam proses jual beli parfum dengan sistem *share in bottle* di toko online @Obliss.id belum disesuaikan dengan pedoman CPKB. *Ketiga*, penandaan dan klaim kosmetika juga tidak tercantum lengkap dalam kemasan *share in bottle*. Berdasarkan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) pasal 8,

menyebutkan:[2]

a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
   1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundag-undangan.
   2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
   3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
   4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, setiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

[2] Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu

[2] Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

6) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
7) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktunya penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
8) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
9) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
10) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku;

Praktik jual beli parfum Victoria's Secret secara *share in bottle* yang dilakukan toko *online* @Obliss.id termasuk dalam kategori jual beli yang dilarang karena tidak sesuai dengan persyaratan dan ketentuan peraturan perundang-undangan, tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu, tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktunya penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu, dan tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Berkaitan dengan sanksi pidana, menurut UUPK pasal 62 seorang pelaku usaha yang melanggar dapat dikenakan pidana berupa penjara maupun pidana denda.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Pelaku usaha dapat dikenakan sanksi berupa pidana penjara selama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah), ketika mereka melanggar ketentuan pasal 8, pasal 9, pasal 10, pasal 13 ayat (2), pasal 15, pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan pasal 18."[3]

Sehingga, karena toko *online* @Obliss.id melanggar pasal 8, sesuai UUPK pasal 62 pelaku usaha dapat dikenai sanksi pidana selama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).

[3] Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 62.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V
KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Praktik jual beli parfum Victoria Secret's dengan cara *share in bottle* pada toko *online* @Obliss.id sama halnya dengan praktik produksi sebuah kosmetika. Penjual membagi dan memindahkan isi parfum Victoria's Secret ke kemasan botol yang lebih kecil dan diberi label. Namun, dalam praktiknya toko online tersebut tidak memiliki sertifikat Cara Pembuatan Kosmetik yang Benar (CPKB) dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Selain itu, informasi pada label kemasan *share in bottle* yang dijual @Obliss.id hanya menuliskan merek dan varian parfum.
2. Hasil analisis hukum Islam terhadap jual beli parfum Victoria's Secret dengan sistem share in bottle di toko *online* @Obliss.id, yakni secara s}ighat telah sesuai dengan syarat dan rukun jual beli. Berkaitan dengan al-muta'a>qidain, belum sesuai dengan rukun dan syarat jual beli karena adanya ketidak cakapan penjual dalam mengolah parfum Victoria's Secret dengan cara *share in bottle*. Terkait dengan ma'qu>d 'alayh juga

   belum sesuai dengan syarat dan rukun jual beli karena pada label kemasan yang dijual terdapat informasi yang tidak lengkap dan hal tersebut juga mengandung unsur gharar yang berkaitan dengan objek akad jual beli. Sedangkan, hasil analisis menggunakan Peraturan Badan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) nomor 2 tahun 2020 tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika belum memenuhi syarat pada pasal 1 (2) di mana dalam memproduksi suatu kosmetika harus berdasarkan Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB), dan juga tidak sesuai dengan pasal 14 peraturan BPOM nomor 2 tahun 2020 yang tidak memenuhi unsur legalitas kosmetika, kemanfaatan, dan mutu kosmetika, penandaan dan klaim kosmetika. Berdasarkan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), apabila melanggar pasal 8 maka akan dikenai sanksi yang tertera pada pasal 62 UUPK yakni pidana penjara paling lama 5 tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).

B. Saran

1) Penjual: Sebaiknya mengikuti peraturan yang berlaku dengan mendaftarkan izin edar agar memiliki sarana dan fasilitas yang sesuai dengan CPKB pada pihak BPOM, agar mutu dan manfaat produk tetap terjaga.
2) Pembeli: Lebih bijak dan berhati-hati dalam memilih produk kosmetika, dan disarankan untuk menggunakan produk yang sudah terdaftar pada BPOM.
3) Pemerintah: Memaksimalkan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat atau pelaku usaha di bidang kosmetika, agar kasus pelanggaran di bidang kosmetika dapat menurun.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Andriyani, Khusnul Rika. "Tinjauan Fatwa DSN MUI Nomor 4 Tahun 2003 Terhadap Penggunaan Label Halal di Bakmi Janda Jemursari Wonocolo Surabaya". Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.

Arikunto, Suharismi. *Dasar-Dasar Research*. Bandung: Tarsoto, 1995.

------- *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.

As-As'adi, Abdurrahman. *Fiqh Jual Beli*. Jakarta: Senayan Publishing, 2008.

Bakry, Nazar. *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1994.

Bagong, et al. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media Group, 2006.

Baqi, Muhammad Fu'ad Abdul. *Kumpulan Hadits Sahih Bukhari Muslim*. Solo: Insan Kamil, 2010.

Bin Husain al Asfahani, Abu Syuja'. *Terjemah Matan Ghayaj wa Taqrib:* Ringkasan *Fiqh Syafi'i, Cet. Ke-2*. Jakarta: Pustaka Amani, 2001.

Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: Diponegoro, 2010.

Departemen Agama. *Al-Quran dan Terjemah*. Surabaya: Duta Ilmu, 2010.

Djaluli. *Ilmu Fiqh: Penggalian, Pengembangan, dan Penerapan Hukum Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.

Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya. *Petunjuk Teknis Penelitian Skripsi*. Surabaya: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, 2017.

Ghazaly, Abdul Rahman, dkk. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kenca Pranada Media Grup, 2012.

Hadi, Sutisno. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Gajah Mada University, 1975.

Hamidi. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMMP Press, 2010.

Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Medua Pratama,

2007. Hidayat, Enang. *Fiqh Jual Beli*. Bandung: Remaja Rosdakarya,

2015.

Hosen, Nadratuzzaman. *Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi*, Vol. 1. 2009.

Jazil, Saiful. *Fiqh Mu'a>malah*. Sidoarjo: UIN Sunan Ampel Press, 2014.

Jaziri, Abdulrahman Al. *Fiqh Empat Madzhab, Jilid III*. Semarang: Asy Syifa, 1994

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana, 2012.

------- *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

Mita, Soraya Ratnawulan, et al. "Cara Menghindari Kosmetika Palsu dengan Organoleptik". Majalah Farmasetika, No. 1 Vol. 2, 2017.

Mustofa, Imam. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014.

Nabhani (An), Taqiyuddin. *Al-Nizam al-Iqtisad*. Beriut: Darul Ummah, 2004.

Nawawi, Ismail. *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.

Nursjafrida, Tita. "Analisis Proses Seritifikasi Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB) di Direktorat Inspeksi dan Sertifikasi Obat Tradisional, Kosmetik, dan Produk Komplemen, Badan POM". (Tesis—Universitas Indonesia, 2009.

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 19 tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika.

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 1 tahun 2016 tentang Pedoman Teknis Pengawasan Iklan Kosmetika.

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor 2 tahun 2020 tentang Pengawasan dan Peredaran Kosmetika.

Prawosto, Andi. *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Diva Press, 200.

Rahman, Abdul, et.al. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2010. Rasjid, Sulaiman. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru, 1986.

Sabiq, Sayyid. *Fiqh As-Sunah*. Jakarta: Bulan Bintang, 1999.

Salim, Joko. *Step By Step Bisnis Online*. Jakarta: Media Komputindo, 2009.

Santoso, Arinda Suhartika Putri. "Analisis Hukum Islam dan Peraturan BPOM Nomor 22 Tahun 2018 Terhadap Praktik Pinjam-Meminjam Nomor P-IRT di Home Industri Makanan Ringan Desa Gampang Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo". Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.

Sari, Mei Lisa Kannila. "Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Obat Tanpa Label Halal Majelis Ulama Indonesia di Desa Patihan Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk". Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.

Shofie, Yusuf. *Kapita Selekta Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cet. Ke-1. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2008.

Siahaan, Herlina Debby. *Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret*, Vol. 3. 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suadi, Amran. *Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, Cet. Ke-2. Jakarta: Prenada Media Group, 2017.

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2009.

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

Susanto, Happy. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Cet. Ke-1. Jakarta: Transmedia Pustaka, 2008.

Syarifudin, Amir. *Garis-Garis Besar Fiqh*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010.

Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Widaningsih dan Ariyanti. *Aspek Hukum Kewirausahaan*, Cet. Ke-1. Malang: Polinema Press, 2018.

Yusanto, Ismail dan M. Arif Yunus. *Pengantar Ekonomi Islam*. Bogor: Al-Azhar Press, 2009.

Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cet. Ke-2. Jakarta: Penerbit Kencana, 2016.

https://kbbi.web.id/cakap

https://kbbi.web.id/jual%20beli

https://www.google.co.id/amp/s/womantalk.com/amp/beauty/articles/plus-minus-membeli-produk-kosmetik-share-in-jar-AMJB1

https://www.pom.go.id/new/view/direct/job

https://www.victoriassecret.com/id/beauty/search?q=fragance&searchLocation=header

Instagram @Obliss.id.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id